

LINIMASA : JURNAL ILMU KOMUNIKASI**E-ISSN : 2614-0381, ISSN : 2614-0373****VOLUME 3, NO.2, JULY, 2020**

EKSISTENSI MAJALAH BERBAHASA SUNDA MANGLE DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Roni Tabroni¹, Nunung Sanusi²**Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik****Universitas Sangga Buana*****roni.tabroni@usbypkp.ac.id¹, nunung.sanusi@usbypkp.ac.id²*****ABSTRAK**

Dari berbagai sektor kehidupan masyarakat yang terkena imbas pengaruh Revolusi Industri 4.0, industri media massa dapat diasumsikan menjadi yang paling terdampak. Majalah Mangle merupakan majalah yang masih konsisten sampai dengan saat untuk terbit satu dalam seminggu. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan mendeskripsikan strategi manajemen redaksi dan iklan yang dilakukan oleh Mangle sehingga dapat konsisten terbit sampai dengan saat ini. Metode penelitian yang digunakan berpijak pada paradigma kualitatif dengan tradisi yang digunakan adalah Studi Kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk kebijakan redaksi, Mangle tetap mempertahankan *positioningnya* sebagai media *panglipur* (menghibur) namun tetap memberikan kritik sosial melalui rubrik *carpon* (caritan pondok/cerita pendek) dan tetap mempertahankan ciri khasnya yaitu menggunakan bahasa daerah Sunda. Selain itu, Mangle juga menegaskan sesuai dengan maknanya, untuk selalu menghadirkan sosok perempuan dalam setiap *cover* majalahnya. Sementara strategi bisnis, Mangle melakukan kerja sama dengan berbagai instansi mulai dari Pemerintah Daerah, Dinas, sampai dengan Perguruan Tinggi, untuk berlangganan majalah Mangle, dengan tetap menerima iklan dari pihak lainnya sebagai sumber pendapatan bisnisnya. Kerja sama ini bagian dari ciri khas sebuah perusahaan yang harus dimiliki di era revolusi industri 4.0, yaitu kolaborasi.

Kata Kunci: Eksistensi, Media Massa, Mangle, Revolusi Industri 4.0**ABSTRACT**

Of the various sectors of community life that were affected by the influence of the Industrial Revolution 4.0, the mass media industry can be assumed to be the most affected. Mangle Magazine is a magazine that is still consistent until the time of publication one in a week. This study aims to find and describe the editorial and advertising management strategies undertaken by Mangle so that they can be consistently published to date. The research method used rests on a qualitative paradigm with tradition used as a case study. The results showed that for editorial policy, Mangle retained its positioning as a "panglipu" media (entertaining) but still provided social criticism through the rubric of "carpon" (short stories) and still retained its distinctive characteristic of using the Sundanese language. In addition, Mangle also emphasized in accordance with its meaning, to always present a female figure in every magazine cover. While the business strategy, Mangle cooperates with various agencies ranging from the Regional Government, Service, to Higher Education, to subscribe to Mangle magazine, while continuing to receive advertisements from other parties as a source of business income. This cooperation is part of the hallmark of competencies that must be had in the industrial revolution era 4.0, namely collaboration.

Keywords: Excistence, Mass Media, Mangle, Industrial Revolution 4.0

I. LATAR BELAKANG

Revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan penggunaan internet masif melalui platform media sosial saat ini memberikan pengaruh pada seluruh aspek kehidupan masyarakat saat ini. Mulai dari dunia bisnis, pemerintah, pendidikan, bahkan aspek keagamaan juga tak luput dari pengaruh Revolusi Industri 4.0 ini. Dari berbagai sektor kehidupan masyarakat yang terkena imbas pengaruh Revolusi Industri ini, barangkali industri media massa yang paling terdampak.

Tidak heran Philip Mayer sampai meramalkan bahwa pada tahun 2044 mendatang, hanya akan terdapat satu eksemplar koran, demikian dituliskan dalam karyanya yang berjudul *The Vanishing Newspaper* yang terbit pada tahun 2016. Rupert Murdoch dan Noam Chomsky mengamini pendapat Philip Mayer, namun tetap berusaha optimis. Menurut Murdoch, umur media cetak bisa diperpanjang apabila media cetak menghentikan arogansinya dan memberikan perhatian pada kebutuhan masyarakat khususnya anak muda. (Kusuma, 2016). Ramalan Mayer memang nampak berlebihan, namun cukup banyak bukti yang menunjukkan akan kebenaran ramalannya.

Fakta di lapangan memang menunjukkan bahwa beberapa media massa cetak baik surat kabar, tabloid, dan majalah harus tutup, bahkan sebagainnya merupakan media cetak yang tergolong ternama seperti majalah *Hai*, *Horizon*, *Trax*, kemudian ada tabloid *Soccer*, *Bola*, *Cek and Ricek*, serta dari surat kabar ada nama-nama *Sinar Harapan*, *Jurnal Nasional*, *Harian Bernas*, *Jakarta Globe*, dan beberapa nama surat kabar lainnya.

Media massa cetak yang masih 'hidup' dan tetap bertahan di tengah arus Revolusi Industri 4.0 tentu menjadi suatu

fenomena yang menarik dan unik untuk diteliti. Bagaimana strategi-strategi yang dilakukan oleh pemilik dan pihak manajemen agar media massanya bisa tetap bertahan, khususnya pada pengelolaan manajemen medianya, seperti yang dilakukan Majalah Mangle. Majalah Mangle, merupakan media cetak yang terbit dengan Bahasa daerah sejak pertama kali terbit sampai dengan hari ini.

Majalah Mangle merupakan majalah yang masih konsisten sampai dengan saat untuk terbit satu dalam seminggu. Tentu di tengah era Revolusi Industri 4.0 ini apa yang dilakukan oleh majalah Mangle in merupakan satu langkah yang berani. Melakukan penelitian terkait bagaimana strategi media massa cetak, apalagi yang terbit dengan menggunakan Bahasa daerah seperti pada kasus majalah Mangle tentu sangatlah menarik. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan penelitian penelitian ini terdiri:

1. Bagaimana Manajemen Redaksi yang Dilakukan Mangle dalam Upayanya untuk Tetap Eksis di Era Revolusi Industri 4.0?
2. Bagaimana Langkah-langkah Strategi yang Dilakukan Mangle dalam Upaya untuk Tetap Eksis di Era Revolusi Industri 4.0 di Luar Kebijakan Redaksi?

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Massa

Laughey mengartikan media massa sebagai teknologi yang mengomunikasikan pesan kepada khalayak yang berada dalam lokasi, negara atau bahkan bagian dunia yang berbeda (Cangara, 2012:137). Mangle, meskipun menggunakan bahasa daerah

dan secara distribusi belum berskala nasional, senantiasa memperhatikan karakteristiknya sebagai semua media massa, khususnya sebagai sebuah majalah, yaitu sajiannya lebih mendalam, memiliki nilai aktualitas lebih lama, gambar/foto lebih banyak, dan menjadi *cover* sebagai daya tarik (Ardianto, 2008 dan Sumadiria, 2008).

Mangle terbit satu pekan sekali, yang setiap edisinya membahas satu topik bahasan secara mendalam. Salah satu daya tarik Mangle - dari kemunculan hingga sekarang - adalah selalu menampilkan *cover* dengan model utama perempuan. Halaman depan dan belakang Mangle menggunakan printer warna, sementara isinya mayoritas menggunakan halaman hitam putih.

2.2 Manajemen Media Massa

Manajemen media bisa diartikan sebagai sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersil maupun sosial.

Media dipelajari secara lengkap, karakteristiknya, posisi dan peranannya dalam lingkungan dan sistem ekonomi, 9 sosial dan politik tempat media itu berada. Termasuk di sini mempelajari mengenai perkembangan teknologi yang mempengaruhi media dan harus diantisipasi oleh manajemen media.

Pengelolaan media tersebut meliputi berbagai aspek filosofis, metodologis, dan praktis baik sebagai institusi komersil maupun sosial (Siregar, 2010:5 dalam Junaedi, 2014:14). S

2.3 Revolusi Industri 4.0

Industri 4.0 adalah sebuah istilah yang diciptakan pertama kali di Jerman pada tahun 2011 yang ditandai dengan revolusi digital. Industri ini merupakan suatu proses industri yang terhubung

secara digital yang mencakup berbagai jenis teknologi, mulai dari 3D printing hingga robotik yang diyakini mampu meningkatkan produktivitas. Sebelum ini telah terjadi tiga revolusi industri yang ditandai dengan: 1) Ditemukannya mesin uap dan kereta api tahun 1750-1930; 2) Penemuan listrik, alat komunikasi, kimia, dan minyak tahun 1870-1900; 3) Penemuan komputer, internet, dan telepon genggam tahun 1960-sekarang (Satya, 2018).

Era Revolusi Industri keempat ini diwarnai oleh kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), super komputer, rekayasa genetika, teknologi nano, mobil otomatis, dan inovasi. Perubahan tersebut terjadi dalam kecepatan eksponensial yang akan berdampak terhadap ekonomi, industri, pemerintahan, dan politik. Pada era ini semakin terlihat wujud dunia yang telah menjadi kampong global (Satya, 2018).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti yang rinci, yang dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2007 : 58).

Seorang peneliti yang mengadakan penelitian kualitatif biasanya berorientasi pada teori yang sudah ada.

Pada penelitian kualitatif, teori dibatasi pada pengertian: suatu pernyataan sistematis yang berkaitan dengan seperangkat proposisi yang berasal dari data dan diuji kembali secara empiris. Dalam uraian dasar tentang teori tersebut, Bogdan dan Biklen (1982:30,) dalam Moleong, (2017:14) menggunakan istilah paradigma.

Sementara objek dalam penelitian ini adalah media massa cetak berbahasa daerah yaitu majalah Mangle, yang beralamat di Jalan Reog, Bandung. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan di antaranya adalah pengamatan tidak berperan serta, wawancara mendalam, FGD, studi literatur, dan penelusuran online. Analisis data dilakukan sepanjang penelitian ini berlangsung, sebagai salah satu karakter penelitian dengan paradigma kualitatif. Data yang peneliti dapatkan di lapangan baik melalui observasi, wawancara mendalam, FGD, atau 'mencuri dengar' langsung dicatat ataupun direkam.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mangle adalah majalah berbahasa daerah, lebih spesifik yaitu majalah berbahasa Sunda yang telah terbit sejak tahun 1957. Saat ini, ia menjadi satu-satunya majalah berbahasa yang masih aktif dan terus terbit di Jawa Barat dan di dunia. Majalah Mangle pertama kali terbit di Bogor, kemudian memindahkan pusat redaksinya ke Bandung. Alasannya sederhana, sebab segala kegiatan pemerintahan dan budaya Sunda berpusat di Bandung sebagai Ibu Kota Jawa Barat.

Awalnya konten Mangle 95% berisi dongeng, cerita pendek, anekdot dan konten-konten budaya lainnya. Sehingga wartawan Mangle kebanyakan tidak perlu pergi ke lapangan untuk membuat materi konten majalah dan tidak memerlukan kemampuan jurnalistik

untuk mencari, mengolah dan menyajikan berita.

Sampai saat ini pun, tidak ada karyawan lulusan jurnalistik yang bekerja di Mangle. Hal ini disebabkan karena konten Mangle disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat Sunda yang memang lebih membutuhkan konten hiburan serta human interest dibanding konten *news*. Penentuan isu setiap minggunya dilakukan setiap Kamis, karena setiap Kamis pula majalahnya terbit. Biasanya setelah makan siang, rapat redaksi akan diselenggarakan untuk *brain storming*, isu-isu apa saja yang akan dinaikan di edisi selanjutnya. Isu yang diangkat tidak harus selalu mengandung unsur kebaruan. Yang penting, isunya tidak mudah basi. Selain itu, cara penulisannya harus diangkat dari sudut pandang kesundaan. Meskipun setiap rubrik ada redaktur yang memegang, namun untuk isu semua orang bisa mengajukan untuk rubrik mana pun. (Suryani & Srimulyani, *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 2018: 7).

4.1 Manajemen Redaksi yang Dilakukan Mangle dalam Upayanya Mempertahankan Eksistensinya Di Era Revolusi Industri 4.0



Ket: Cover Majalah Mangle

4.1.2 Kebijakan Redaksi Mangle

Majalah Mangle merupakan salah satu media berbasis budaya Sunda yang sudah cukup tua di Jawa Barat. Dari aspek kesejarahan Majalah Mangle memiliki akar yang cukup kuat dan sangat identic dengan masyarakat dan budaya Sunda. Di Jawa Barat, Majalah Mangle menjadi majalah berbahasa Sunda paling besar, dengan pasar yang cukup luas.

Di tengah situasi zaman yang terus berubah, Majalah Mangle terus hadir (terbit) untuk menyapa masyarakat Jawa Barat dengan misi kebudayaan yang sangat kental. Karenanya, Majalah Mangle sebenarnya bukan semata mentransfer informasi tetapi juga melestarikan kebudayaan Sunda. Dengan menggunakan Bahasa Sunda, maka Majalah Mangle turut melestarikan budaya Sunda dengan kongkrit.

Anggota Dewan Redaksi Mangle Sunardi mengatakan bahwa Mangle tetap mempertahankan jati dirinya sebagai tetap sebagai media *panglipur* (penghibur), dan itu bisa dilihat dari berbagai rubrik yang disediakan di Mangle seperti ada rubrik cerita pendek (carita pondok), rubrik *barakatak*, dan lain-lainnya.

“Namun, sebagai sebuah media massa yang harus berfungsi menjadi alat kontrol sosial, maka Mangle pun tetap melakukan itu, hanya memang cara kritik-kritik yang dilakukan oleh Mangle caranya kebanyakn melalui tulisan-tulisa carita pondok (cerita pendek).”¹

4.1.3 Bahasa Sunda

Sebagai majalah bebasis budaya, maka Majalah Mangle dari aspek keredaksian memiliki komitmen dalam melestarikan budaya Sunda. Maka setiap tulisan yang ada di Majalah Mangle

harus menggunakan Bahasa sunda, mulai dari judul cover, judul-judul berita hingga semua konten yang ada di dalamnya. Kebijakan Bahasa ini bersifat final sebab sebagai identitas kebudayaan yang tidak bias ditawar-tawar lagi.

Dalam pengelolaan bahasan ini, Majalah Mangle memiliki misi penting yaitu mengenalkan Bahasa sunda kepada masyarakat khususnya yang ada di Jawa Barat. Bahasa Sunda yang digunakan oleh Mangle berupa Bahasa Sunda *lomah*, yaitu Bahasa Sunda yang *sinenger tengah* (pertengahan), tidak terlalu kaku dan tidak terlalu kasar. Diharapkan dengan Bahasa seperti itu. Majalah Mangle dapat dibaca oleh berbagai kalangan. Dengan konsisten menggunakan Bahasa Sunda, Majalah Mangle berharap dapat sedikit banyak memberikan kontribusi pada pelestarian. Bahasa sunda yang sudah semakin langka digunakan masyarakat Jawa Barat khususnya anak muda. Seperti ditegaskan oleh salah seorang Anggota Dewan Redaksi Mangle Sunardi.

“Mangle akan tetap dan terus konsisten menggunakan Bahasa Sunda dalam semua tulisannya karena itu salah satu visi atau tujuan kita yaitu untuk merawat dan melestarikan Bahasa Sunda yang saat ini penggunaannya mulai berkurang di kalangan urang Sunda sendiri.”²

4.1.4 Rubrik Remaja

Rubrikasi di Majalah Mangle tidak banyak mengalami perubahan. Dari dulu, majalah mangle sangat konsisten dengan pilihan rubrikasi yang dianggap cocok buat pembacanya. Walaupun ada tambahan seperti rubrik khusus untuk anak muda, tetapi secara umum rubrikasi Majalah Mangle tidak banyak berubah. Apa yang dipilih dari sisi rubrikasi merupakan kebijakan dari redaksi

¹ Wawancara dengan Sunardi pada 2 September 2019

² Wawancara dengan Sunardi pada 2 September 2019

Majalah Mangle karena memperhatikan para pembacanya yang rata-rata sudah akrab dengannya.

Adanya penambahan rubrik yang dikhususnya bagi remaja, bagi Majalah Mangle merupakan salah satu upaya untuk lebih memperkenalkan lagi dan mendekatkan budaya Sunda kepada para generasi muda.

Majalah Mangle berharap bahwa generasi muda yang dianggap lebih mudah belajar budaya luar, akan lebih melirik lagi budayanya sendiri dengan cara memperkenalkannya lewat majalah. Apa yang ada di Majalah Mangle baik dari sisi Bahasa maupun kontennya akan sedikit banyak memberikan penyadaran dan kecintaan kepada para remaja sunda teradap budayanya sendiri fiksi misi.

Rubrik fiksi mini di Majalah Mangle merupakan rubrik yang terbilang baru. Keberadaannya diharapkan dapat mengakomodir para penulis fiksi di kalangan Sunda dengan jumlah karakter yang sangat terbatas. Fiksi mini adalah salah satu karya sastra yang sangat singkat bahkan lebih ringkas daripada ceritera pendek.

Majalah Mangle mencoba untuk mengakomodir para penulis dengan gendre penulisan yang relative baru sehingga selain melahirkan penulis baru juga dapat memperkenalkan gaya penulisan fiksi mini. Tantangan bagi penulis fiksi mini adalah bagaimana mereka dapat menyampaikan pesan yang padat pada tulisan yang sangat pendek. Komunitas fiksi mini di masyarakat sunda sebenarnya sudah berdiri sejak tahun 2011, dan Majalah Mangle ingin memberikan ruang kepada anggota komunitas dan para pecinta fiksi mini untuk menulis dan membacanya.

Majalah Mangle pada umumnya boleh diisi oleh siapa saja. Selain wartawan mangle sendiri, majalah ini untuk rubrik-rubrik tertentu boleh diisi oleh siapapun. Khususnya untuk ruprik

opini, Majalah Mangle membuka kesempatan kepada pembaca baik itu akademisi, professional, guru, budayawan, atau siapapun untuk menulis tentang tema-tema tertentu atau bahkan tentang apapun yang dianggap baik dan bermanfaat bagi masyarakat.

Biasanya, yang menjadi kendala bagi Majalah Mangle adalah minimnya kemampuan penulis untuk membuat tulisan dalam Bahasa sunda. Walaupun orang sunda asli, ketika harus menulis dalam Bahasa sunda, bahannya yang kesulitan. Dalam hal ini, pihak redaksi dari Majalah Mangle harus mengalah. Artinya, Majalah Mangle memberikan keleluasaan kepada penulis untuk menulis dalam Bahasa Indonesia. Artinya redaktur di Majalah Mangle akan melakukan alih Bahasa ke dalam Bahasa sunda. Dengan demikian, tetap saja bahwa setiap tulisan yang tampil di Majalah Mangle akan menggunakan Bahasa sunda.

4.1.5 Pesan-Pesan

Sebagai majalah yang berbasis pada kebudayaan, Majalah Mangle memiliki misi menanamkan nilai-nilai budaya sunda pada masyarakat. Oleh karena itu maka semua konten yang ada di Majalah Mangle harus bermuatan kebudayaan Sunda. Majalah Mangle berharap masyarakat sunda tidak melupakan budaya aslinya yang penuh dengan kearifan. Mulai dari mengingat bahasanya, sampai-sampai nilai-nilai budayanya.

Cerita pendek yang disajikan di Majalah Mangle misalnya, bukan ceritera biasa, tetapi mengandung makna kebudayaan dan pelajaran tentang kearifan yang cukup dalam. Setiap edisi juga Majalah Mangle selalu menurunkan tokoh atau sosok, dengan harapan masyarakat sunda dapat mengambil pelajaran dari tokoh-tokoh sunda yang sudah banyak mengabdikan dirinya buat

masyarakat khususnya dalam memelihara budaya sunda pada posisinya masing-masing.

4.1.6 Kolaborasi dengan Dunia Kampus

Sebagai salah satu upaya Majalah Mangle memaksimalkan pemeliharaan budaya sunda, Majalah Mangle juga bekerjasama dengan berbagai kampus di Jawa Barat, seperti Unpad, UPI, Unpas, dan USB YPKP. Dengan cara seperti ini diharapkan para akademisi juga semakin mengenal, mengenang, dan turut melestarikan budaya sunda. Secara timbal balik, dengan adanya kerjasama dengan kampus-kampus, Majalah Mangle dapat mempublikasikan berbagai kegiatan dan pemikiran yang ada di kampus kepada masyarakat Jawa Barat, sebagai bentuk edukasi kepada masyarakat khususnya di daerah tentang dunia perguruan tinggi.

4.1.7 Mangle sebagai Cagar Budaya

Semua upaya yang dilakukan oleh Majalah Mangle dalam memelihara kebudayaan sunda, tiada lain sebagai bentuk kepedulian yang bida dikonstruksikan dengan pendekatan jurnalisme. Oleh karena itu Majalah Mangle kemudian berubah dari sekedar media massa atau majalah menjadi cagar budaya yang sangat penting. Mangle berharap bahwa banyak pihak yang peduli terhadap Majalah Mangle sebab dirinya tidak hanya untuk kepentingan bisnis semata tetapi mengemban misi kebudayaan yang sangat penting.

4.2 Strategi yang Dilakukan Mangle dalam Upaya untuk Tetap Eksis di Era Revolusi Industri 4.0 di Luar Kebijakan Redaksi

Layaknya media massa, Majalah Mangle tentu saja sangat berharap pada iklan yang masuk. Walaupun

mengemban misi kebudayaan, tetapi Majalah Mangle juga tetap harus hidup secara mandiri dengan menggali sumber pendanaan dari luar. Salah satu andalan media massa untuk tetap bertahan adalah mencari iklan sebanyak-banyaknya.

Dengan demikian, pembayaran iklan menjadi sumber pendapatan yang potensial, di samping pendapatan yang lain. Hanya saja, kasus Majalah Mangle tentu sangat berbeda. Walaupun ada iklan, namun hitungan Majalah Mangle ternyata sangat minim sekali. Dengan oplah yang tidak seperti koran harian atau seperti majalah pada umumnya, setiap penerbitannya Majalah Mangle memang tidak terlalu prestisius.

Karenanya, untuk mendapatkan iklan, Majalah Mangle sangat kesulitan. Dengan segmen masyarakat sunda yang kebanyakan ada di daerah, maka mencari perusahaan yang akan memasang iklan relative sulit. Walaupun sebenarnya setiap edisi ada saja iklan, tetapi tidak signifikan.

Akhirnya, sumber penghasilan Majalah Mangle berbsumber dari penjualan majalahnya itu sendiri. Penjualan yang menjadi andalan adalah masyarakat yang berlangganan Majalah Mangle. Dengan mengandalkan dari pelanggan itulah kemudian Majalah Mangle dapat menghitung pendapatan setiap edisinya. Sebab Majalah Mangle tidak terlalu banyak yang dijual secara umum, melainkan menggunakan sistim langganan.

Pola seperti ini sebenarnya hampir tidak berlaku pada media cetak lain, dimana penjualan medianya menjadi andalan pendapatan. Sebab pada umumnya, penjualan media sebenarnya bukan pendapat utama, sebab pendapatan utamanya berasal dari iklan. Tetapi Majalah Mangle adalah majalah yang dapat bertahan karena mendapat penghasilan dari penjualan majalahnya, khususnya yang berlangganan. Pola

penjualan lainnya juga ada yang dalam bentuk kerjasama. Misalnya Majalah Mangle bekerjasama dengan kampus-kampus seperti UPI, UNPAD, UNPAS, dan USB YPKP.

Dengan kerjasama seperti itu, pihak kampus akan membayar pembelian Majalah Mangle seperti biasanya. Bedanya dengan pelanggan lain, kampus setiap edinya akan membeli dalam jumlah yang cukup banyak, ada yang 50 eksemplar setiap edisinya, ada juga yang 200 setiap edisinya. Dengan pola kerjasama seperti ini, maka penjualan lebih efektif. Dengan strategi yang diterapkan di atas, sampai dengan saat ini dari segi jumlah eksemplar, Mangle mengalami jumlah kenaikan. Sehingga, secara otomatis kenaikan eksemplarnya memberikan nilai lebih dari segi ekonomis. Menurut Sunardi, dari periode sebelumnya jumlah eksemplar yang dicetak dalam satu kali terbit 5.000 menjadi 7.000 eksemplar. Artinya jika dalam satu bulan, Mangle dapat mencetak 28.000 eksemplar. Harga 1 eksemplar Mangle sendiri dihargai sebesar Rp.17.500. Jika dikalikan maka dalam 1 bulan Mangle dapat mendapatkan pendapat kotor sebesar Rp. 490.000.000 (Empat Ratus Sembilan Puluh Juta). Dalam 1 tahun bisa mencapai Rp. 5.880.000.000 (Lima Milyar Delapan Ratus Delapan Puluh Juta Rupiah).

4.2.1 Pengelolaan Konten dan SDM

Konten Majalah Mangle prinsipnya berorientasi pada nilai-nilai budaya sunda. Budaya sunda tersebut tercermin dari mulai penggunaan Bahasa yaitu Bahasa sunda, cover yang selalu menampilkan Mojang sunda, rubrikasi yang lebih mengedepankan muatan kesundaan, tulisan-tulisan humor pun tidak lepas dari nilai-nilai budaya sunda.

Bahasan yang digunakan untuk mengantarkan nilai-nilai budaya tersebut

berupa Bahasa sunda yang dianggap pertengahan (siniger tengah). Bahasanya tidak terlalu kaku yang berpatokan pada undak usuk basa, juga tidak terlalu kasar. Kalau terlalu kaku dengan undak usuk basa atau menggunakan Bahasa sunda buhun, maka mangle akan susah sekali dibacanya, terutama oleh generasi muda. Sedangkan Majalah Mangle juga jangan terlalu kasar bahasanya, sebab akan dianggap murahan, bahasa kasar dianggap Bahasa terminal dan identik dengan tidak terdidik.

Dengan penggunaan Bahasa yang pertengahan, Majalah Mangle dapat dibaca oleh siapa saja, apapun status sosialnya, apapun gendernya, termasuk berapapun usianya. Konten Majalah Mangle harus dapat diakses oleh masyarakat yang lebih luas. Konten Majalah Mangle juga jangan hanya diperuntukkan bagi kalangan orang tua, sebab generasi muda juga penting untuk diperkenalkan kebudayaan sunda. Maka pengadakan rubrik khusus anak dan remaja menjadi penting. Sedangkan untuk SDM Majalah Mangle yang saat ini hampir semua orang baru, tetapi sudah berpengalaman. Jadi saat ini dijalankan oleh wartawan-wartawan yang sangat paham budaya sunda juga mereka punya pengalaman di dunia jurnalistik.

Dari sisi jumlah karyawan dan wartawan Majalah Mangle memang tidak terlalu banyak. Tetapi pada dasarnya cukup untuk mengerjakan berbagai tugas untuk menghidupkan Majalah Mangle. Walaupun demikian, untuk ke depannya, ketika Majalah Mangle semakin maju, perusahaan perlu menambah lagi karyawannya. Yang menjadi prioritas SDM yang dibutuhkan adalah anak muda yang melek teknologi informasi. Mereka dibutuhkan untuk mengelola media online Majalah Mangle yang sekarang kurang optimal. Selain itu

mereka juga dapat menjadi admin media sosialnya. Termasuk ketika Majalah Mangle memiliki divisi digitalnya.

4.2.3 Strategi (Non-Redaksi) Mangle agar Bertahan di Era Revolusi Industri

Untuk tetap hadir dan bertahan di tengah perkembangan teknologi informasi, Majalah Mangle mencoba merancang strategi digitalnya secara pelan-pelan. Ada beberapa langkah agar Majalah Mangle tidak ketinggalan zaman. **Pertama**, Majalah Mangle membuat versi online. Versi online ini pada umumnya masih berisi konten yang hamper mirip dengan edisi cetaknya. Kontennya tidak terlalu update dan cenderung mengikuti ritme dari versi cetaknya.

Kedua, Majalah Mangle membuat beberapa akun media social. Media social seperti facebook dan Instagram digunakan oleh Majalah Mangle untuk mempublikasikan kembali konten mangle versi onlinenya. Di samping itu, media social juga digunakan untuk berinteraksi dengan pembaca atau masyarakat secara umum. Walaupun belum terlalu update dalam penyampaian informasi seperti dalam statusnya, namun keberadaannya cukup membantu untuk eksis di media online dan media social.

Ketiga, Majalah Mangle juga sedang menyiapkan sebuah pusat data, yang akan melakukan digitalisasi seluruh Majalah Mangle yang pernah terbit dari edisi pertama. Hasil digitalisasi kemudian dapat dijadikan dokumen yang sangat berharga, sekaligus dapat dikapitalisasi menjadi sumber pendapatan. Namun yang lebih penting adalah bahwa di abad internet ini, digitalisasi menjadi sangat penting sebagai upaya mengarsipkan dokumen agar lebih aman dan mudah diakses kembali.

4.2.4 Mengapa Mangle Harus Bertahan

Hingga kini, entah berapa banyak media massa yang berbahasa sunda yang sudah punah di Jawa Barat ini. Dulu sempat ada media sunda yang sangat terkenal seperti 'Sipatahunana'. Majalah ini pun tidak mampu bertahan lama. Di Bandung sempat ada koran Sunda, juga kembali tutup. Bahkan di Bandung juga ada majalah Cupumanik, dan lagi-lagi harus berakhir.

Beberapa media ini hanya secuil dari banyak media berbahasa sunda di Jawa Barat yang kemudian tidak terbit lagi. Majalah Mangle merupakan satu dari hanya sedikit saja majalah sunda yang masih hidup, bahkan dengan usia setua itu. Karenanya, Majalah Mangle kini bukan lagi hanya sekedar media massa, tetapi sebagai cagar budaya. Sebagai cagar budaya, maka layaknnya pemerintah dan masyarakat Sunda harus mencintai dan turut ngamumulke keberadaan Majalah Mangle.

Ketika pemerintah menghendaki untuk mempertahankan budaya local, yang salahsatunya adalah melestarikan budaya Sunda, maka media massa menjadi sangat penting sebab kehadirannya yang periodic dan menggunakan Bahasa sunda yang khas, menjadi penguat bahkan menjadi garda depan dalam melestarikan budaya tersebut. Kalau buku Bahasa sunda, akan dibaca jika ada pelajarannya, jika tidak ada pelajarannya maka tidak akan dibaca. Tetapi media massa seperti Majalah Mangle, dia akan tetap terbit tanpa mengenal semester atau hari libur.

Jika dihitung dengan materi, media massa seperti Majalah Mangle, yang begitu konsisten membawa misi kebudayaan dalam hal ini adalah sunda, maka tidak akan terbayar. Sebab apa yang dilakukan dengan kerja-kerja kebudayaan tidak tanpa secara kasat mata, tetapi hanya akan terasa oleh

pelaku atau mereka yang menikmatinya. Mungkin kita tidak pernah tahu, berapa banyak orang yang terinspirasi oleh Majalah Mangle untuk memelihara Bahasa sunda. Atau bias jadi, lahir orang-orang yang sangat peduli dengan kebudayaan sunda karena memang dirinya selalu membaca media seperti Majalah Mangle.

4.2.5 Penyelamatan Mangle

Beberapa tahun ke belakang, sebenarnya Majalah Mangle sudah hamper bangkrut, sebab dari sisi oplah sudah terus menurun. Walaupun belum benar-benar tutup, tetapi Majalah Mangle ketika masih di pemilik semula dan masih kantornya di daerah Lodaya, itu sudah sangat kesulitan untuk terbit. Dengan dibelinya Majalah Mangle oleh pemilik baru saat ini yaitu Kang Uu Rukmana, sebenarnya bukan persoalan bisnis semata. Bagi Kang Uu, membeli Majalah Mangle bukan hanya persoalan bisnis, tetapi ada yang jauh lebih penting dari itu yaitu menyelamatkan salah satu identitas kebudayaan Sunda yaitu Majalah Mangle. Sebab Majalah Mangle bagi masyarakat Jawa Barat bukan hanya media, tetapi juga cagar budaya. Maka ketika cagar budaya ini terancam punah maka harus diselamatkan.

Tetapi proses penyelamatan juga ternyata harus serius, maka Kang Uu kemudian membawa Majalah Mangle ke kantor barunya. Selain itu, Kang Uu juga melakukan pembenahan di berbagai sisi, mulai dari manajemen, perombakan SDM secara total, keredaksian dan berbagai fasilitas pendukungnya. Dari sisi media, Kang Uu melakukan beberapa perubahan signifikan dari sisi tampilan media, mulai dari cover, rubrikasi, sampai konten dan penulis atau contributor.

Dari model bisnis, Kang Uu juga melakukan beberapa inovasi yang cukup fundamental, salah satunya adalah

dengan cara membuka kerjasama dengan berbagai pihak. Dengan melakukan kerjasama melalui jaringan yang dimiliki oleh Kang Uu, mulai dari pemerintah, Lembaga Pendidikan, organisasi kemasyarakatan, dan komunitas kebudayaan lainnya, maka Majalah Mangle memiliki kesempatan untuk bangkit kembali dengan meningkatkan jumlah oplahnya. Tetapi tentu saja, membuka pasar yang baru tidak hanya bermodalkan pengenalan, tetapi juga dibarengi dengan kualitas medianya yang lebih baik lagi. Sehingga ketika menawarkan kepada pihak lain, Majalah Mangle tidak memalukan.

4.2.6 Mangle; *Public Sphere* Urang Sunda

Eksistensi Mangle yang sudah hampir 55 tahun sangat diapresiasi oleh salah seorang akademisi dari Universitas Pasundan sekaligus budayawan Hawe Setiawan atau akrab dipanggil Kang Hawe. Berbicara Mangle, kata Kang Hawe sesungguhnya berbicara tentang perjalanan hidupnya sendiri. Kemudian Kang Hawe bercerita perjalanan hidupnya yang kemudian akhirnya bersentuhan dengan Mangle. Saat itu dirinya sering melakukan korespondensi dengan Budayawan Sunda Ajip Rosidi yang saat itu sedang berada Jepang. Saat berkorespondensi itulah, Ajip Rosidi selalu menulis dalam Bahasa Sunda, walaupun dirinya menulis dalam Bahasa Indonesia.

“Pada saat itulah saya merasa malu, sebagai orang Sunda mengapa saya tidak bisa menulis dalam Bahasa Sunda, maka sejak saat itulah saya terus belajar menulis dalam Bahasa Sunda, sampai akhirnya saya sering menulis di Mangle,

maka itu saya merasa saya sebenarnya dibesarkan oleh Mangle”³

Kang Hawe kemudian memberikan pandangannya terkait eksistensi Mangle yang masih bertahan sampai dengan saat ini yang sudah memasuki era disrupsi. Menurutnya kehadiran Mangle ini sangat penting, karena mampu untuk melestarikan budaya, khususnya dalam pemeliharaan Bahasa Sunda, yang kian hari makin ‘asing’ dipakai oleh urang Sunda sendiri, terutama di kalangan remaja. Sehingga, Mangle harus tetap eksis agar Bahasa Sunda tetap dipelihara.

Selain itu, yang paling penting menurut Kang Hawe, Mangle bukan hanya sekedar sebuah majalah, akan tetapi sudah menjadi semacam ‘*public sphere*’ nya urang Sunda, sehingga semua pemangku kepentingan di tanah Sunda ini harus bersama-sama untuk menjaga eksistensi Mangle.

Eksisten Mangle ini kata Kang Hawe, tidak sekedar hanya dijaga oleh kepedulian semata, akan tetapi juga harus dikuatkan dengan kualitas Mangle itu sendiri. Oleh karena itu, ia memberikan beberapa masukan kepada Mangle agar bisa tetap eksis. Pertama, menurut Kang Hawe, Mangle harus tetap mempertahankan jati dirinya sebagai media *panglipur* (hiburan).

Kedua, Mangle juga harus tetap mempertahankan penggunaan Bahasa Sunda yang original karena itulah kekuatan dan keunikan dari Mangle. Ketiga, sudah saatnya kata Kang Hawe, Mangle melalui jajaran redaksi harus membuat semacam buku saku Jurnalistik Sunda, sebagai panduan dalam melakukan kegiatan jurnalistik.

Keempat, Mangle agar terus eksis, kata Kang Hawe mau tidak mau yang harus dilakukan adalah harus mengembangkan sayap. Mangle, harus

membuat semacam suatu lembaga yang diisi dengan berbagai macam diskursus tentang kesundaan.

4.2.7 Media yang Eksis itu Harus Untung

Anggota Dewan Pers dua periode yang juga pernah menjadi Ketua Serikat Penerbitan Pers (SPS) Ridlo M. Eisy menilai bahwa salah faktor yang membuat Mangle bisa eksis itulah karena fanatisme urang Sunda yang sangat tinggi, terutama dari para tokoh-tokohnya. Itulah yang barangkali belum dimiliki oleh budaya-budaya lainnya sehingga, belum memiliki majalah dengan berbahasa daerah.

“Saya melihat di daerah lain atau budaya lain contoh di Jawa tempat kelahiran saya, fanatisme itu tidak setinggi di Sunda ini, sehingga tidak ada majalah dengan Bahasa daerahnya sendiri seperti di Jawa atau yang lainnya yang masih bertahan seperti Mangle ini.”⁴

Menurut Ridlo, eksistensi sebuah media seperti Mangle misalnya, adalah dilihat dari dia untung apa tidak. Karena menurutnya dalam mengelola sebuah media makai ia harus untung. Jadi, Mangle akan tetap eksis kalau dia dalam setiap penerbitannya harus mendapatkan keuntungan. Sementara agar tetap eksis, kata Ridlo, Mangle harus bekerja sama dengan Pemerintah, yang terdekat Pemerintah Jawa Barat, misalnya dengan membuat event-event, seperti perlombaan pidato dalam Bahasa Sunda, menyanyi Bahasa Sunda dan sebagainya. Ia juga berharap Mangle tetap eksis untuk melestarikan budaya Sunda.

³ Wawancara dengan Hawe Setiawan pada 7 September 2019

⁴ Wawancara dengan Ridlo M. Eisy pada 05 September 2019

V. SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil dan pembahasan yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Strategi Redaksi yang dilakukan Mangle agar tetap eksis di era revolusi industri adalah tetap konsisten di antaranya adalah dengan tetap dan terus konsisten menggunakan Bahasa Sunda, mempertahankan jati dirinya sebagai media *panglipur* (media hiburan), konsisten mengangkat isu-isu yang terkait dengan kesundaan, serta membuat rubrik untuk mengakomodasi penulis-penulis muda dari kalangan Sunda.

2) Strategi Non-Redaksi yang dilakukan oleh Mangle, diantaranya adalah menjalin kerja sama dengan instansi-instansi pemerintah, dinas-dinas, serta kampus-kampus yang terkait dengan langganan pembelian majalah Mangle, dengan konsekuensi Mangle memberikan wadah untuk menampung info-info maupun pemikiran-pemikiran dari dunia kampus. Mangle, dalam menghadapi era revolusi industri 4.0, juga melakukan digitalisasi naskah-naskah Mangle dari sejak terbit sampai dengan saat ini.

Ada pun rekomendasi atau saran yang diajukan dari hasil penelitian ini untuk Mangle adalah sebagai berikut:

- 1) Mangle harus tetap mempertahankan jati dirinya sebagai media *panglipur* (hiburan).
- 2) Mangle harus tetap mempertahankan penggunaan Bahasa Sunda yang original karena itulah kekuatan dan keunikan dari Mangle.
- 3) Mangle melalui jajaran redaksi harus

membuat semacam buku saku Jurnalistik Sunda, sebagai panduan dalam melakukan kegiatan jurnalistik.

4) Mangle harus dilakukan adalah harus mengembangkan sayap. Mangle, harus membuat semacam suatu lembaga yang diisi dengan berbagai macam diskursus tentang kesundaan.

5) Mangle harus bekerja sama dengan Pemerintah, yang terdekat dengan Pemerintah Jawa Barat, misalnya dengan membuat event-event, seperti perlombaan pidato dalam Bahasa Sunda, menyanyi Bahasa Sunda dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Karlinah, Komala, 2007. *Komunikasi Massa*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Cangara, Hafied. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali.

Junaedi, Fajar, 2014. *Manajemen Media Massa*, Yogyakarta: Buku Litera

Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Lexy J. Moleong. 1998. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika

Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Ilmu*

Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya,
cetakan kelima. Bandung: Rosdakarya
_____ 2007. *Ilmu*
Komunikasi, cetakan kesebelas.
Bandung: Rosdakarya.

Mulyana, Deddy dan Solatun. *Metode*
Penelitian Komunikasi, Bandung:
Rosda.

Sumadiria, Haris, 2008. *Jurnalistik*
Indonesia. Bandung: Simbiosis
Rekatama

Prosiding dan Jurnal:

Abdul Sakban, Wayan Resmi,
Prosiding Seminar Nasional Lembaga
Penelitian dan Pendidikan (LPP)
Mandala, 2018.
Kusuma, Satria, *Interact*, Unika
Atmajaya, 2016: 56-71.
Suryani & Srimulyani, *Jurnal Kajian*
Jurnalisme, Unpad, 2018.